

PEKRAS

(Mpek-mpek rasa-rasa)

Lutfi Arzani

Pendidikan Administrasi Perkantoran

Email : lutfiarzani@gmail.com

Abstrak

Mpek-mpek rasa-rasa (Pekras) adalah perencanaan bisnis yang ingin saya kembangkan. Pekras adalah makanan mpek-mpek dengan isi, dimana mpek-mpek biasanya isi telur. Mpek-mpek adalah makanan khas sumatera selatan dan mpek-mpek yang ingin saya buat adalah mpek-mpek kapal selam. Kali ini isi dari mpek-mpeknya berupa keju, bakso, sosis, kornet dan sayuran.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang ini banyak jenis usaha-usaha yang berbeda dan unik dari yang lainnya. Seperti bakso sekarang yang mulai berkembang, bukan hanya bakso yang isinya telur atau urat lagi. Akan tetapi sekarang sudah banyak jenis isinya. Bahkan banyak digemari oleh masyarakat dari segala umur. Dengan dasar itu saya berinisiatif membuat mpek-mpek rasa-rasa dengan isi yang lebih banyak lagi. Saya memilih membuat bisnis ini karena mudah untuk membuatnya dan juga dalam bahan baku sangat mudah ditemukan karena bahan yang diperlukan merupakan sumber daya alam yang melimpah di Indonesia. Saya membuat bisnis ini karena bisa mendapatkan keuntungannya yang lumayan banyak dan juga karena bahannya bisa dipenuhi oleh negara sendiri.

Pelaku usaha sekalipun secara sungguh-sungguh melakukan studi kelayakan bisnis tidak berarti bahwa usaha dapat berhasil 100%. Usaha tersebut dapat saja mengalami kegagalan akibat berbagai sebab baik internal maupun eksternal (Dedi Purwana 2016 :15) sebelum melakukan bisnis ini, sebaiknya harus memperhatikan hal-hal penting agar bisnis dapat mencapai tujuan.

1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

1.2.1 Visi

Mengembangkan dan memperluas bisnis Mpek-mpek rasa-rasa sebaik mungkin dan menjadikan mpek-mpek rasa-rasa menjadi makanan yang digemari serta memperkenalkan makanan khas ke seluruh masyarakat Indonesia bahkan internasional.

1.2.2 Misi

1. Mengenalkan Mpek-mpek di Universitas Negeri Jakarta dan sekitarnya
2. Berinovasi dalam mengembangkan makanan khas daerah sesuai dengan kemajuan zaman
3. Memenuhi kebutuhan pelanggan
4. Melakukan penawaran-penawaran yang menarik perhatian mahasiswa dan masyarakat sekitar
5. Membuka kedai mpek-mpek rasa-rasa

1.2.3 Tujuan

1. Melakukan inovasi dengan mengembangkan varian rasa
2. Menciptakan produk yang dengan kualitas yang baik
3. Memuaskan pelanggan dan konsumen
4. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen
5. Melakukan promosi melalui media sosial.

2. Gambaran Usaha

Mpek-mpek rasa-rasa merupakan produk olahan yang berlokasi di Jakarta timur. Penjualan produk mpek-mpek menggunakan promosi melalui media sosial dan brosur agar menarik pelanggan dengan produk ini.

Keunggulan dan keunikan produk ini yaitu dengan menggunakan bahan-bahan seperti keju, sosis, kornet, bakso dan sayuran sebagai isi dari mpek-mpeknya. Dengan varian rasa itu, akan sangat menarik perhatian pelanggan. Serta mpek-mpek rasa-rasa ini memiliki kualitas dari bahan baku, karena agar dapat menghasilkan rasa yang enak.

3. Aspek Pemasaran

3.1 Segment Pasar, Target Pasar, Positioning

1. Segment Pasar

Segment artinya membagi pasar menjadi berbagai kelompok pembeli, seperti;

- Segmentasi berdasargan demografis, yaitu laki-laki, perempuan, semua umur (kecuali balita)
- Segmentasi berdasarkan geografis, yaitu masyarakat yang berada di daerah rawamangun, Jakrta Timur

2. Target Pasar

Yaitu menentukan berapa segment yang layak karena dianggap paling potensial. Secara garis besar yaitu menentukan pelanggan untuk dijadikan target pasar dalam penjualan produknya. Disini yaitu masyarakat rawamangun dan mahasiswa di UNJ

3. Positioning

Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen (Purwana & Hidayat, 2016). Mpek-mpek rasa-rasa berinovasi dengan memilikibanyak varian rasa isi, agar unggul denganpesaing lain

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Permintaan

Jumlah pengunjung diasumsikan 500 orang per minggu. Di dapatkan dari hasil pengamatan saya terhadap pembeli mpek-mpek yang ada di jalan pemuda 3 dan hasil dari yang suka terhadap mpek-mpek

3.2.2 Penawaran

Untuk memperkirakan jumlah penawaran terhadap mpek-mpek rasa-rasa, penulis melakukan tanya jawab terhadap beberapa mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta.

3.3 Strategi Pemasaran

3.3.1 Produk

Produk mpek-mpek rasa-rasa ini merupakan produk terobosan yang penulis keluarkan dalam inovasi di makanan daerah. Walaupun banyak yang berjualan mpek-mpek, akan tetapi mpek-mpek rasa-rasa ini tidak akan kalah saing dengan produk mpek-mpek lain. Karena produk ini memiliki keunggulan

3.3.2 Harga

Harga yang diberikan dari produk mpek-mpek rasa-rasa adalah Rp. 5000/porsi dengan ukuran yang lumayan besar.

3.3.3 Promosi

Promosi adalah pengenealan produk kepada konsumen, khususnya kepada konsumen yang masih baru. Disini promosi yang saya gunakan adalah media sosial dan juga brosur.

3.4 Analisis SWOT

3.4.1 Strength

- Rasa isi yang berbeda dengan yang lain
- Harga yang terjangkau
- Bahan baku yang mudah di dapatkan

3.4.2 Weakness

- Tidak bertahan lama
- Proses pembuatan yang masih tradisional

3.4.3 Opportunities

- Prilaku masyarakat dan mahasiswa yang semakin konsumtif
- Permintaan masyarakat akan cemilan meningkat
- Bahan baku yang mudah
- Semua kalangan bisa menikmati

3.4.4 Threats

- Mudah ditiru oleh pihak lain
- Harga bahan baku yang bisa menaik
- Munculnya pesaing baru

4. Aspek Organisasi dan Management

4.1 Organisasi dan sumber daya manusia

- Nama : Pekras(Mpek-mpek rasa-rasa)
- Jenis Usaha : Home Industry
- Alamat Usaha : Jalan Rawamangun, Jakarta Timur
- Pemilik : Lutfi Arzani
- Status Milik usaha : Pemilik Usaha

4.2 Perjanjian

Perjanjian merupakan hal yang sangat penting dalam mendirikan sebuah usaha, dengan adanya sebuah peraturan, maka semua dapat diatur dengan baik. Sesuai dengan daerah jakarta, terdapat peraturan yang menyangkut mendirikan usaha.

5. Aspek produksi

5.1 Pemilihan Lokasi Produksi

Pemilihan lokasi usaha yang berada di jalan pemuda merupakan hal yang sangat strategis, karena lokasi tersebut sangat sesuai dengan pangsa pasar. Hal itu di dukung dengan daerah kos-kosan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

5.2 Proses Produksi

Proses produksi Mpek-mpek rasa-rasa yaitu;

1. Siapkan bahan baku seperti ikan, tepung sagu, garam, gula aren, minyak, asam, keju, bakso, sosis, cornet dan sayuran dan air
2. Siapkan alat-alat seperti kompor, wajan, dandang, penggiling ikan, nampan, sepatula, dan lain-lain
3. Kemudian rebus ikan hingga masak
4. Lalu pisahkan daging ikan dengan tulang-tulang
5. Setelah di pisahkan, giling daging ikan menggunakan penggiling ikan
6. Setelah ikan di giling, siapkan baskom
7. Lalu tuang ikan yang sudah digiling ke dalam baskom
8. Lalu masukan sagu, air dan garam secukupnya
9. Kemudian aduk hingga rata dan menjadi sebuah adonan
10. Lalu bentuk adonan menyerupai mpek-mpek kapal selam dan jangan lupa kasih isi di dalamnya
11. Setelah jadi, kukus mpek-mpek hingga matang
12. Setelah matang, tunggu hingga kering dan dingin lalu digoreng.
13. Proses pembuatan cukanya dengan membelender bawang merah dan bawang putih secukupnya. Lalu tuang ke panci yang sudah diisi air untuk cuka, kemudian masukan asam, gula dan garam secukupnya.

5.3 Tenaga Produksi

Tenaga produksi adalah hal yang terbilang sangat penting dalam pembuatan produksi, karena mereka yang membuat produknya. Dari

mpek-mpek rasa-rasa ini tenaga pekerjanya yaitu pemilik usaha sendiri.

5.4 Mesin dan Peralatan

- Pisau : memotong ikan
- Baskom : Pembuatan
- Komopor : untuk memasak
- Penggiling : untuk menggiling ikan
- Wajan : untuk menggoreng

5.5 Tanah, gedung dan perlengkapan

Kegiatan usaha mpek-mpek rasa-rasa ini di produksi di jalan pemuda 3 rawamangun, Jakarta Timur. Dilakukan di kos-kosan pemilik, hal itu dilakukan agar mengurangi biaya sewa tempat. Serta agar mempermudah mobilisasi ke kampus karena lokasinya yng tidak begitu jauh.

6. Aspek Keuangan

6.1 Modal

Modal merupakan hal yang dibutuhkan dalam memulai suatu usaha. Dalam bisnis Mpek-mpek rasa-rasa dibutuhkan modal sebesar Rp. 6.000.000

6.2 Rencana Kebutuhan Modal Investasi

NO	BARANG	UNIT	HARGA	JUMLAH
1	Kompor	1	250.000	250.000
2	Penggilingan	1	100.000	100.000
3	baskom	1	50.000	50.000
4	Wajan	1	100.000	100.000
5	Pisau	4	50.000	50.000

6	Bahan baku		300.000	300.000
7	gas	1	100.000	100.000
8	Mangkuk dan sendol	10	600.000	600.000
9	dandan	1	250.000	250.000
10.	Nampan	12	300.000	300.000
	Jumlah			2.100.000

6.3 Analisis Keuntungan

Analisis keuntungan dilakukan untuk mencari tau kapan kita memperoleh BEP dan keuntungan.

BEP 2018

Varian 1 5000

Varian 2 3000

Varian 3 3000

Varian 4 5000

BEP dalam Rupiah

Varian 1 5000.000

Varian 2 3000.000

Varian 3 3000.000

Varian 4 5000.000

Daftar Pustaka

- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincak Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.
- Suyuti (2016), Kandungan gizi buah pisang, Diakses pada 9 Desember 2017 dari gizinutrisiku.blogspot.co.id